

la construcción del consenso.

Jaime Figueroa Daza
(Grupo de Investigación COMPOLITICAS)

Sierra, Francisco y Vázquez, Miguel (Coords.) (2006). *La construcción del consenso. Revisitando el modelo de propaganda de Noam Chomsky y Edward S. Herman.* Madrid: Siranda

Este libro rescata la trascendencia y utilidad de un notable de los años 80: *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media* (Noam Chomsky y Edward S. Herman). Se trata de un reencuentro analítico y revitalizador con un modelo de análisis de la propaganda. *Manufacturing Consent* significó, a finales de los años ochenta, un análisis meticuloso y delatador del tratamiento que reciben las noticias en los medios de comunicación de Estados Unidos, basado en la conveniencia de las élites gubernamentales y privadas. Un libro que en su tiempo denunció la otra cara de una prensa que se consideraba valiente y no encubridora.

La “re-visita” la hacen siete especialistas que actualizan los cinco grandes pilares (“filtros”) del modelo propuesto por Chomsky y Herman: 1. Magnitud, propiedad y orientación de los beneficios de los medios de comunicación; 2. Para hacer negocios se necesita el beneplácito de la publicidad; 3. El suministro de noticias a los medios de comunicación; 4. El “con el mazo dando” de los reforzadores de opinión; y 5. El anticomunismo como mecanismo de control.

El texto no se desarrolla por orden de aparición de cada filtro; los acontecimientos en Kosovo, Rusia, Chechenia, Afganistán, (además de otros contextos, situaciones y protagonistas) son el motivo para retomar la importancia de los filtros y cumplir de manera ilustrativa con la tarea: confrontar y actualizar la propuesta de Chomsky y Herman.

Francisco Sierra inicia el libro con la reseña de los principales postulados de *Manufacturing Consent* y reconoce sus contribuciones. Luego, plantea las críticas que la filosofía liberal ha hecho a la propuesta de Chomsky y Herman; mismas que, dice Sierra, resultan incongruentes y limitadas, cuando tratan de reivindicar a la llamada prensa independiente. Al final, y coherente con su objetivo evaluador de este modelo, Sierra no lo reconoce como el idóneo para explicar el funcionamiento de las industrias periodísticas (p.30); sin dejar de lado, por supuesto, su principal aportación: “[...] el modelo de Chomsky y Herman es susceptible de corrección y crítica. Pero lo que, sin lugar a dudas, no es discutible es su contribución a un debate que, de antemano, muchos intelectuales y trabajadores de los medios evitan acometer” (p.35).

El capítulo “Chomsky y Orwell: Hacia un modelo de propaganda de élite”, escrito por Antonio Pineda, desarrolla la importancia del Tercer Filtro (y parte del Cuarto), bajo la comprobación de dos hipótesis: la primera, explica la influencia de los planteamientos de George Orwell en Chomsky; la segunda, se refiere a que [...] “la esencia del pensamiento chomskyano sobre la propaganda es una demostración de la existencia de un modelo propagandístico de élite en los Estados Unidos de las últimas décadas del siglo XX” (p.41).

A lo largo de sus demostraciones, Pineda deja ver la riqueza de los aportes orwellianos como la *creación de consenso*, la *neolengua*, el *doblepensar* y la *reescritura de la historia*; técnicas fundamentales para el análisis propagandístico. Asimismo, explica que los medios masivos de comunicación no son los únicos organizadores de lo que la gente piensa y percibe de las cosas. Los administradores políticos, educativos y empresariales juegan, también, un rol fundamental porque señalan directrices, porque educan. Esto, lo define como propaganda de élite.

Ana Segovia, en “Imperialismo corporativo y concentración mediática. La preponderancia del primer filtro”, da vigencia a los postulados de Chomsky y Herman. Segovia explica cómo ha ido cambiando la legislación norteamericana en favor de las concentraciones de poder en manos de unos cuantos: “La industria mediática ha gastado en *lobbying* en Estados Unidos más de 100 millones de dólares en los últimos cuatro años.” (p.122). Asimismo, da cuenta del nexo que los medios de comunicación estadounidenses tienen con todo tipo de industria y corporativos. Chomsky y Herman fueron precursores en denunciar la mercantilización de los medios y su relación con la audiencia. El *rating* manda sobre la calidad de los contenidos: una vieja premisa que no deja de sorprender por su alcance actual.

Adrián Huici, en el capítulo “Reescribir el pasado: El modelo de Chomsky y el relato histórico norteamericano”, explica la incongruencia de la historia que los Estados Unidos han contado de sí mismos. El autor expone que la creación del imperio americano se basa en la matanza de los nativos, en la esclavitud de los africanos y no solamente en la promulgación de una Carta Magna emblema de la libertad, como nos han contado. Huici menciona acuerdos y tratados internacionales que EE.UU. ha violado o rechazado, las intervenciones militares en Afganistán o la guerra de Irak; así como de conflictos pasados en Vietnam, Camboya, El Salvador o Nicaragua (temas tratados en el texto de Chomsky y Herman). Todo ha sido en pos de la “libertad”, ayer para “liberar” del comunismo; hoy, del llamado “terrorismo internacional”. El autor remata: “Desde nuestro punto de vista, la historia de los Estados Unidos ha sido sometida a una gigantesca operación de ‘maquillaje’, de ocultamientos, distorsiones y censura, según el caso y el momento, que sólo cabe calificar de propaganda” (p.156).

El capítulo: “Kosovo y los guardianes de la libertad. Vigencia y actualidad de Chomsky en la Posguerra Fría”, es el primer caso aplicado en el que Pablo

Sapag (su autor), demuestra que el modelo de Chomsky, aunque basado en lo sucedido durante las postrimerías de la Guerra Fría, no ha caducado; muy a pesar de lo que opinan los detractores del autor norteamericano. Sapag somete a un estudio cualitativo la vigencia del modelo; toma como base lo sucedido durante la guerra en Kosovo (1999) y comprueba la actualidad de cada filtro. Sapag apunta: “Durante el conflicto en Kosovo, y ya en el plano táctico, el modelo de propaganda desvelado por Chomsky y Herman tampoco varió sustancialmente en relación a lo visto en la época de la Guerra Fría, [...]” (p.180).

Miguel Vázquez, en su capítulo “La guerra de Chechenia y el modelo de propaganda”, también pone a prueba la propuesta chomskiana; esta vez es la cobertura que hacen los medios de comunicación rusos durante la guerra en Chechenia. El texto de Vázquez, esencialmente, da vigencia al quinto filtro del modelo de propaganda (el anticomunismo como mecanismo de control), al profundizar en lo que el presidente ruso, Vladimir Putin, ha justificado como la guerra contra el terrorismo internacional (así considera a la insurgencia chechena). “Seguimos hablando, pues, de apariencias. Tras la guerra contra el terrorismo no hay nada definible, pero al mismo tiempo puede servirle al gobernante de turno para desacreditar al enemigo (también de turno)” (p.199). Vázquez explica detalladamente la función estratégica que los medios de comunicación rusos juegan en el conflicto checheno y no pierde ocasión para relacionarlos con los filtros del modelo propagandístico en cuestión.

Finalmente, Inmaculada Miralles, autora de “Propaganda y desinformación en la prensa española: El caso de la guerra de Afganistán”, da cuenta del tratamiento que tres importantes periódicos españoles: *El País*, *El Mundo* y *ABC* hacen durante los primeros 38 días de lo acontecido en ese país centroasiático. “Dejando a un lado ciertos matices entre los contenidos publicados por unos y por otros, todos se adecuaron a la misma línea de adoctrinamiento: la que exigía interpretar la guerra en forma de lucha contra el terrorismo...” (p.229). La cita resume la conclusión de Miralles.

Cabe hacer notar que *La construcción del consenso. Revisitando el modelo de propaganda de Noam Chomsky y Edward S. Herman*, es un texto enriquecido con múltiples fuentes de información referidas al tema de la propaganda. Esto da evidencia de las limitantes de Chomsky y Herman (de entrada por los más de 15 años que han pasado desde su publicación); así que el trabajo de los siete investigadores lo retroalimenta y, por tanto, lo actualiza.

Este libro que hoy se reseña, es el resultado de un seminario de debate académico organizado por el Departamento de Periodismo I de la Facultad de Comunicación (Universidad de Sevilla). Sirva entonces de pretexto para destacar su valor educativo, para que las nuevas generaciones de periodistas, comunicadores, políticos y demás conozcan su trascendencia y lo hagan ejercicio obligado de análisis y actualidad. De otra manera, y como escribe Francisco Sierra:

El dominio de los medios de comunicación por parte de la elite y la marginación de la disidencia que se deriva de la actuación de los filtros explicados se realiza de manera tan natural que los comunicadores que trabajan en las organizaciones informativas son capaces de convencerse de la libertad de elección, tratamiento e interpretación de las noticias como profesionales independientes, mientras el modelo de dominación lo impregna todo (p.24).